

INFORMACIÓN PARA EL ALUMNO

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)		
MÓDULO:	MÓDULO ESPECÍFICO		
CURSO:	Marketing emprendedor	CÓDIGO:	1567008
COORDINADOR	MARÍA MORAL MORAL		
OBJETIVOS	El objetivo de esta materia es proporcionar a los nuevos negocios, los proyectos de innovación o empresas de nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para investigar el mercado, definir el público objetivo, captar clientes, gestionar clientes y establecer relaciones duraderas dentro de un modelo de negocio rentable, sostenible y de alto crecimiento.		
RESULTADOS ESPERADOS DE APRENDIZAJE	<p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el papel del marketing en la gestión de un proyecto innovador y en la puesta en marcha de una nueva empresa. • Valorar la importancia de diseñar un plan de marketing integrado que oriente la empresa a la satisfacción del consumidor. • Dominar herramientas para analizar, captar y retener a clientes rentables estableciendo relaciones duraderas. • Dominar la elaboración de un plan integrado de marketing. • Entender los factores principales que afectan a la demanda de un producto o servicio. • Conocer las principales herramientas del marketing digital. 		

	Meses/Días	Horarios	Sesiones	ACTIVIDADES y CONTENIDOS	PROFESORES
	01/2/16	16.00-18.00	S1	Plan de Marketing y estrategias	MARÍA MORAL MORAL (Universidad de Cádiz)

	01/2/16	18.30-20.30	S2	Plan de Marketing y estrategias	MARÍA MORAL MORAL (Universidad de Cádiz)
	03/2/16	16.00-18.00	S3	Segmentación, posicionamiento y branding	PEDRO ALVAREZ (Ideólogo)
	03/2/16	18.30-20.30	S4	Imagen de marca y gestión de envases	SALVA GARCIA-RIPOLL (Salvartes)
	04/2/16	16.00-18.00	S5	Estimación de ventas	VICENTE FRANCO RIVERO (Camarinal)
	04/2/16	18.30-20.30	S6	Técnicas de ventas	VICENTE FRANCO RIVERO (Camarinal)
	15/2/16	16.00-18.00	S7	Comunicación en la empresa	LOLA ÁLVAREZ
	15/2/16	18.30-20.30	S8	Comunicación en la empresa	LOLA ÁLVAREZ
	17/2/16	16.00-18.00	S9	Marketing Digital	BEATRIZ REVILLA
	17/2/16	18.30-20.30	S10	Marketing Digital	BEATRIZ REVILLA
	18/2/16	16.00-18.00	S11	Publicidad	IGNACIO GONZÁLEZ DORAO (Cadigrafía)
	18/2/16	18.30-20.30	S12	Técnicas de growth hacking	JORGE GALINDO

COMPETENCIAS	CG2- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la Dirección de Proyectos Innovadores y Emprendimiento.
	CG4- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones – y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no especializado.
METODOLOGÍA	CG14- Capacidad de análisis que le permita distinguir entre lo importante de lo accesorio cuando se aborden situaciones complejas.
	CE10 – Conocimiento y aplicación de las herramientas específicas para desarrollar un plan de marketing.
	CE11- Capacidad para comunicar las conclusiones obtenidas subrayando las razones últimas que las sustentan de forma que sean comprensibles para audiencias tanto especializadas en el tema como ajenas al mismo.
	Docencia presencial/participativa teórica: La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como

<p>DOCENTE</p>	<p>prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta. Análisis de casos: Se suele motivar las sesiones con la exposición de un mini caso o ejemplo real normalmente en soporte audiovisual. Actividad presencial práctica: Para cada uno de los bloques temáticos se desarrollarán actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos. Trabajo cooperativo y en equipo: Dentro de estas actividades se propone la resolución de mini-casos en grupo el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales y el la resolución de problemas simulados sobre decisiones estratégicas. Sesiones colectivas de debate: Al igual que en las sesiones teóricas se estimulará el trabajo cooperativo y en equipo de los alumnos y se pondrán en común en sesiones colectivas de debate.</p>
<p>MÉTODO DE EVALUACIÓN</p>	<p>Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas (Mínimo 10% , Máximo 30%) Resolución y defensa de un trabajo individual, o eventualmente en grupo, en el que se apliquen los contenidos impartidos. (Mínimo 40, Máximo 80) Examen de conocimientos (Mínimo 10, Máximo 30)</p>
<p>ACTIVIDADES FORMATIVAS</p>	<p>Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor o profesionales externos sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión con el apoyo de presentaciones audiovisuales y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (14 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%) Actividad presencial práctica: Los conceptos de las exposiciones teóricas los deberá aplicar el alumno a su proyecto de manera que desarrolles las destrezas señaladas en las competencias reseñadas y que se añada valor. El avance en el desarrollo práctico del proyecto será debatido en la clase (10 horas) (PRESENCIALIDAD: 100%) Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio y la aplicación al proyecto de los conceptos teóricos (51 horas) (PRESENCIALIDAD: 0%) Total: 75 h.</p>
<p>NOTAS DE INTERÉS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La presencialidad es obligatoria al 100% de las sesiones. Se exige una presencialidad mínima del 80% de las sesiones para que el alumno pueda ser evaluado, el 20% de las ausencias solo serán aceptadas por causa justificada. 2. El alumno deberá ir adaptando su proyecto inicial a medida que avanza el proceso de aprendizaje e incorporando al mismo los conocimientos adquiridos en cada curso. 3. Las sesiones serán en lengua española, a excepción de las sesiones extraordinarias que podrán ser en inglés. El material de trabajo podrá estar tanto en lengua española como en lengua inglesa. 4. Durante el curso, los alumnos están obligados a consultar la página web del curso en Campus Virtual, lugar donde se dejará la documentación necesaria para seguir las clases, y en la que se notificará cualquier contingencia o aviso urgente relacionado con la asignatura.